

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Website <i>Dryshirt</i>	1
Gambar 1.2 Produk-Produk yang Ditawarkan <i>Dryshirt</i>	2
Gambar 1.3 Pengguna Internet di Indonesia	3
Gambar 1.4 Para Pengguna Internet di Dunia Didistribusi oleh Daerah Dunia	4
Gambar 1.5Perkembangan Pengguna Internet di Indonesia	4
Gambar 1.6 Trend Belanja di Indonesia secara <i>Online</i>	5
Gambar 1.7 Pengguna Internet di Indonesia Belum Serius Memanfaatkan Kekuatan dari Tekn	
Gambar 1.8Digital Buyers	6
Gambar 1.9 Data Perkenalan <i>Online</i> di Indonesia	6
Gambar 1.10 Volume Penjualan <i>Dryshirt</i> Periode Tahun 2013-2015	8
Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran	32
Gambar 3.1 Tahapan Pelaksanaan Penelitian	40
Gambar 4.1 Data Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	53
Gambar 4.2 Data Responden Berdasarkan Tingkat Usia	54
Gambar 4.3 Data Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan	55
Gambar 4.4 Data Responden Berdasarkan Tingkat Pekerjaan	55
Gambar 4.5 Hasil Kuesioner <i>Intensity</i> Berdasarkan Pernyataan “Saya Sering Mengakses Informasi Suatu Produk melalui Situs Jejaring Sosial”	56
Gambar 4.6 Hasil Kuesioner <i>Intensity</i> Berdasarkan Pernyataan “Saya Mengetahui <i>Dryshirt</i> melalui Internet”	58
Gambar 4.7 Hasil Kuesioner <i>Intensity</i> Berdasarkan Pernyataan “Saya Mendapatkan Informasi <i>Dryshirt</i> melalui Media Sosial”	59
Gambar 4.8 Hasil Kuesioner <i>Valence of Opinion</i> Berdasarkan Pernyataan “Saya Berminat Membeli Produk <i>Dryshirt</i> karena Banyaknya Komentar Positif yang Ditulis di Testimonial oleh Pengguna Media Sosial” ..	61
Gambar 4.9 Hasil Kuesioner <i>Valence of Opinion</i> Berdasarkan Pernyataan “Saya Berminat Membeli Produk <i>Dryshirt</i> karena Rekomendasi Orang Lain melalui Media Sosial”	62

Gambar 4.10 Hasil Kuesioner <i>Content</i> Berdasarkan Pernyataan “Saya Mendapatkan Informasi Mengenai Variasi Produk melalui Media Sosial”	64
Gambar 4.11 Hasil Kuesioner <i>Content</i> Berdasarkan Pernyataan “Saya Mendapatkan Informasi Mengenai Kualitas Produk Dryshirt melalui Media Sosial”	66
Gambar 4.12 Hasil Kuesioner <i>Content</i> Berdasarkan Pernyataan “Saya Mendapatkan Informasi Mengenai Harga Produk Dryshirt melalui Media Sosial”	68
Gambar 4.13 Hasil Kuesioner Minat Beli Konsumen Dryshirt Berdasarkan Pernyataan “Saya Tertarik untuk Mencari Informasi Mengenai Produk Dryshirt”	69
Gambar 4.14 Hasil Kuesioner Minat Beli Konsumen Dryshirt Berdasarkan Pernyataan “Saya akan Mempertimbangkan untuk Membeli Produk Dryshirt”	71
Gambar 4.15 Hasil Kuesioner Minat Beli Konsumen Dryshirt Berdasarkan Pernyataan “Saya Memilih untuk Membeli Produk <i>Fashion</i> Dryshirt” ..	72
Gambar 4.16 Hasil Kuesioner Minat Beli Konsumen Dryshirt Berdasarkan Pernyataan “Saya Tertarik untuk Mencoba Produk Dryshirt”	74
Gambar 4.17 Hasil Kuesioner Minat Beli Konsumen Dryshirt Berdasarkan Pernyataan “Saya Tertarik untuk Mengetahui Produk Dryshirt”	75
Gambar 4.18 Hasil Kuesioner Minat Beli Konsumen Dryshirt Berdasarkan Pernyataan “Saya Ingin Memiliki Produk Dryshirt”	77
Gambar 4.19 Hasil Kuesioner Minat Beli Konsumen Dryshirt Berdasarkan Pernyataan “Saya Berminat Merekomendasikan ke Orang Lain untuk Membeli Produk Dryshirt”	78
Gambar 4.20 Uji Normalitas	81
Gambar 4.21 Uji Heteroskedastisitas	84